インターネット社会における消費生活行政について

答申

第１２期世田谷区消費生活審議会

目次

はじめに 1
第１章　インターネット社会と消費者被害の現状 2
　１　ＩＣＴの進展による消費生活の変化 2
　２　消費生活相談の現状 8
　３　消費生活におけるインターネット利用の特性と問題点 11
第２章　インターネット社会への取り組みと課題 15
　１　国等の対策 15
　２　インターネット関係機関等の取り組み 18
　３　世田谷区の対応と課題 20
第３章 消費生活行政における新たな取り組みの提言 26
　１　全ての区民のインターネット関連知識等の水準の向上 27
　２　子どもに焦点をあてた教育や啓発 31
　３　新しい手口や専門性の高い技術に起因した問題への対応 35
おわりに 38

資料
　本答申における用語の意味 39
　インターネットトラブルの事例 41

はじめに

近年、情報通信技術の急速な進展により消費者の生活環境は大きく変化しました。総務省の調査によると、平成２５年の１年間にインターネットを利用したことのある人は推計で１億４４万人、前年比３９２万人の増加となっており、その人口普及率は８２．８％と日常生活に広く浸透しています。

そうした中で、インターネットに関する消費生活相談は増加の傾向にあり、世田谷区消費生活センターにおいても、平成２５年度の全相談件数６，０１４件のうち、約２５％がインターネットに関するものでした。その内容は、インターネット通販に係る苦情や不当・架空請求、ＳＮＳに関する相談、幼児によるオンラインゲームに関するトラブルも発生するなど多岐にわたっています。また、情報通信機器やインターネットサービス等は、年代を問わず利用されていることがうかがえます。

このような状況を受けて、世田谷区消費生活審議会は、平成２６年２月６日、「インターネット社会における消費生活行政について」、区長から諮問を受けました。

情報通信技術は、今後更なる進展が予測され、経済社会の発展に寄与し、また、消費者の利便性の向上を図っていくと考えられます。しかし一方で、インターネットをめぐる消費者問題は次々と新たな問題を提起し、ますます高度化・複雑化しており、消費者は、自ら必要な知識を得て自主的かつ合理的に判断し、行動することが求められます。そして、行政は、インターネット社会に即応したルールの整備、消費者保護のための利用環境の整備、消費者啓発・被害救済等の施策の遂行が求められます。

本審議会は、現代社会を反映した様々な消費者問題への対応を踏まえながら、諮問に沿った課題を抽出し、その解決に向けた取り組みを中心に審議を重ねてまいりました。

特に、インターネット社会において区民が安全で安定した消費生活を確保するために、区の消費生活行政をどのように進めていくべきかについて活発な議論を交わしました。

ここに本審議会の答申として提言いたします。

第１章　インターネット社会と消費者被害の現状

インターネット上で流通する情報量が増大したことやスマートフォン等の情報通信機器が急速に普及したことで、インターネット市場は拡大の一途をたどり消費生活は大きく変革している。しかし、こうした動きに伴い新たな消費者トラブルが次々と発生し、その内容も多岐にわたっている。

本章では、先ず、ＩＣＴ[1]の進展による消費生活の変化について考察する。次にその状況が消費生活相談にも表れている現状を示す。そして、インターネット関連の消費者トラブルの実態を分析し、その特性を捉えて問題点及び課題について考える。

１　ＩＣＴの進展による消費生活の変化

ＩＣＴの進展が社会の変化の大きな要因になっていると言われて久しいが、いかにしてＩＣＴが進歩を遂げ、消費生活に変化を及ぼしてきているかについて時系列に、そして現況を考察する。

（1）１９７０年代～１９８０年代

①　科学技術計算向けプロミラミング言語

１９７０年代のコンピュータは、人の手では処理できない膨大な量の計算処理を任せるために利用されてきた。したがって、ＩＣＴは、コンピュータやプログラム言語に詳しい技術者や学者のみが利用するものであった。

このような限られた利用用途においては、情報通信機器は、一般消費者の生活には必要がないものであった。

②　企業向け個別業務アプリケーション

１９８０年代に入ると、企業や自治体において、基幹業務アプリケーション[2]の開発が行われるようになった。そのため、企業や自治体でも、特定の業務に携わる社員・職員は、業務用端末を利用し、基幹業務アプリケーションを活用して仕事を行うようになった。

1　Information and　Communication Technology の略。情報通信技術。

2　特定の業務など作業の目的に応じて使うソフトウェア。

③　ゲーム

プライベートな時間の過ごし方として、１９８０年代以降、コンピュータゲームが普及し、一般家庭の多くでゲーム専用端末が普及した。しかし、この時期においては、ゲーム専用端末からインターネット接続することはできなかった。

④　１９８０年代までのネットワーク

１９８０年代までは、一部のＩＣＴに詳しい人間や大学の研究所等だけが相互に通信を行っていた。インターネットは黎明期であり、大規模なＴＣＰ／ＩＰ[3]ネットワークは整備されていなかった。そのため、この時期においては、ＩＣＴは消費者トラブルとは、ほとんど無縁のものであった。

（２）１９９０年代から２０００年代前半

①　事務用アプリケーション

１９９０年代に入ると、ワープロ・ソフト、表計算ソフトやデータベースソフトなどの事務用アプリケーションが日常的に活用されるようになり、通常の事務作業がパソコンで行われるようになった。そのため、各企業や自治体等において、社員や職員一人につき一台のパソコンが支給されることも珍しくなくなり、多くの社員・職員がパソコンを活用するようになった。

②　企業や学校等でのインターネット利用

１９９３年にわが国で商用サービスが開始されたインターネットは、１９９０年代後半には本格的に普及期を迎えた。電子メールの利用やインターネット経由の情報収集のため、回線契約が増加し、企業や学校等において、インターネットを活用する環境が整備された。

③　自宅でのインターネット利用

１９９０年代後半以降、光回線やケーブルインターネット等のブロードバンド回線の様々なサービスが現れたことにより、自宅から安価に高速でインターネットを利用できるようになった。このため、家庭生活においてもパソコンの利用が急速に普及した。インターネットの利用やゲームが広く普及したことにより、パソコンやゲーム専用端末といった情報通信機器が、主に趣味向け情報通信機器として、各家庭で大人だけでなく子どもも気軽に使用する存在となった。

---

[3] Transmission Control Protocol / Internet Protocol の略。インターネットなどで標準的に使われる通信プロトコル（通信手順）。

１９９０年代から２０００年代前半になると、電子メールによる不当・架空請求の増加やインターネット利用中の国際電話接続トラブルが続出する等、ＩＣＴに関連した消費者トラブルが目立ってきた。

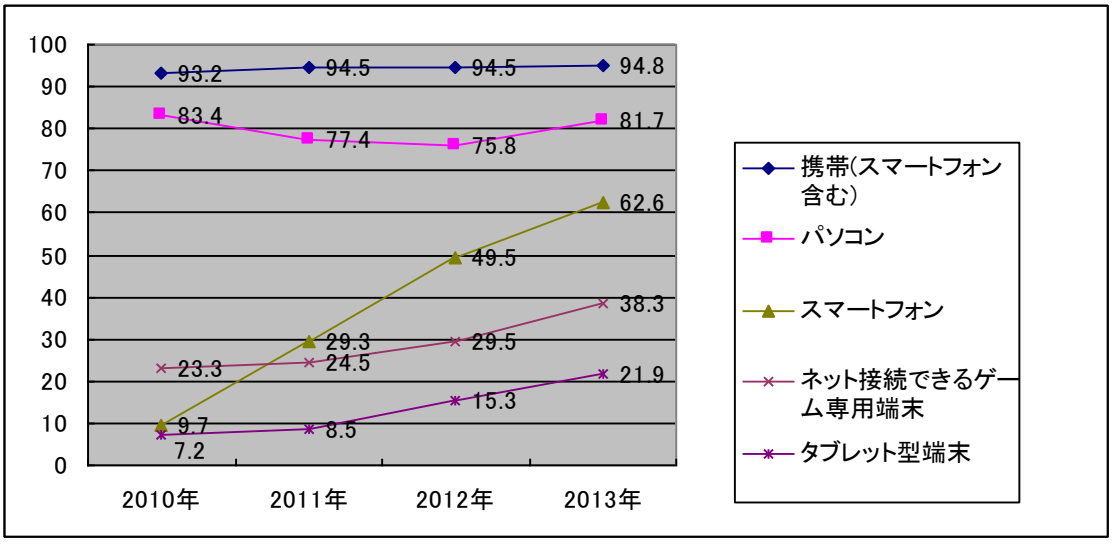
（３）２０００年代後半から現在

①　スマートフォン、タブレット型端末やＷｉ－Ｆｉの急激な普及

２０００年代後半以降、スマートフォンやタブレット型端末等のモバイル機器やＷｉ－Ｆｉ[4]技術が急激に普及した。特にスマートフォンの普及は、２０１０年に９．７％だったものが、２０１３年末には６２．６％と６倍以上の普及率となっており、タブレット型端末も２０１０年末に７．２％だったものが、２０１３年末には２１．９％の普及率となっている。（図１）

また、Ｗｉ－Ｆｉ技術の急激な普及によって、パソコンだけでなく、スマートフォン、タブレット型端末、ゲーム専用端末やファクシミリ等の家電製品まで、容易に無線ＬＡＮでインターネットに接続できるようになり、ＩＣＴに詳しくなくても、インターネットで世界につながる状況となっている。

図１　主な情報通信端末の世帯保有率の推移　　単位：%



総務省「平成 25 年通信利用動向調査」

②　若年層中心の情報通信機器利用から高齢者のインターネット利用拡大

情報通信白書によると、２０１０年末には、インターネットの利用状況は、７８．２％（６歳以上人口に占める割合）となり、インターネットは国民生活のインフラとなりつつあり、インターネットにアクセスできないと、生活

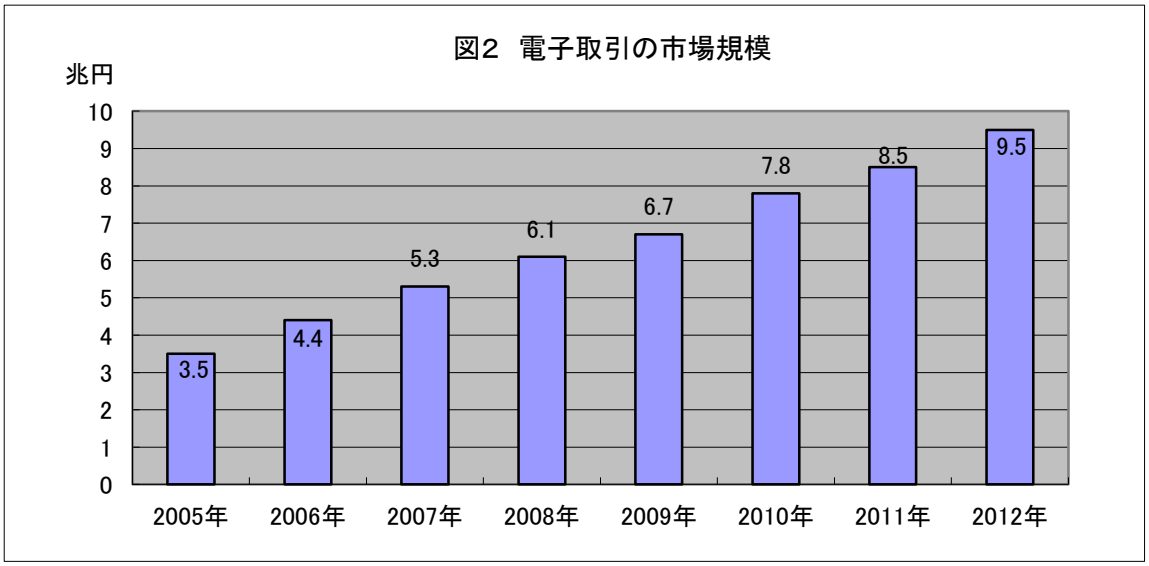
[4] 無線ＬＡＮの標準規格を消費者に認知してもらうために業界団体(Wi－Fi　Alliance)が名づけた名称。

に必要なサービスにアクセスできない状況を生むようになってきた。

また、消費者庁が２０１３年度に実施した「消費生活に関する意識調査」によると、現在利用している情報通信機器のうち、パソコンは２０歳代～７０歳代の全てにおいて８５％以上の高い利用率となっている。スマートフォンの利用率を年代別にみると、２０歳代～３０歳代では５３．４％と半数以上が利用しており、２０歳代～３０歳代を中心に利用率は高いが、４０歳代では４３．８％、５０歳代では３０．５％、６０歳代では１５．４％と世代が上がるにつれて利用率が低いものの、今後、増加傾向にある。このほか、タブレット型端末やゲーム専用端末、携帯音楽プレーヤー等もスマートフォンと同様に２０歳代～３０歳代の利用率は高い。このように、様々な情報通信機器は、若年層を中心に利用が進んでいるが、インターネット等の利用率は、６０歳以上の年齢層においても増加している。これは、インターネットが生活に欠かせないものとなっていることを示している。そうした中で、インターネットを使えないことがハンデとなるデジタルデバイド[5]の問題も出現している。

③　市場規模の拡大とインターネット取引の多様化

経済産業省の「電子商取引に関する市場調査」によると、我が国のＢtoＣ[6]電子商取引の市場規模は２００５年の３．５兆円から２０１２年には９．５兆円となり、７年間で２．５倍以上に増加している。（図２）

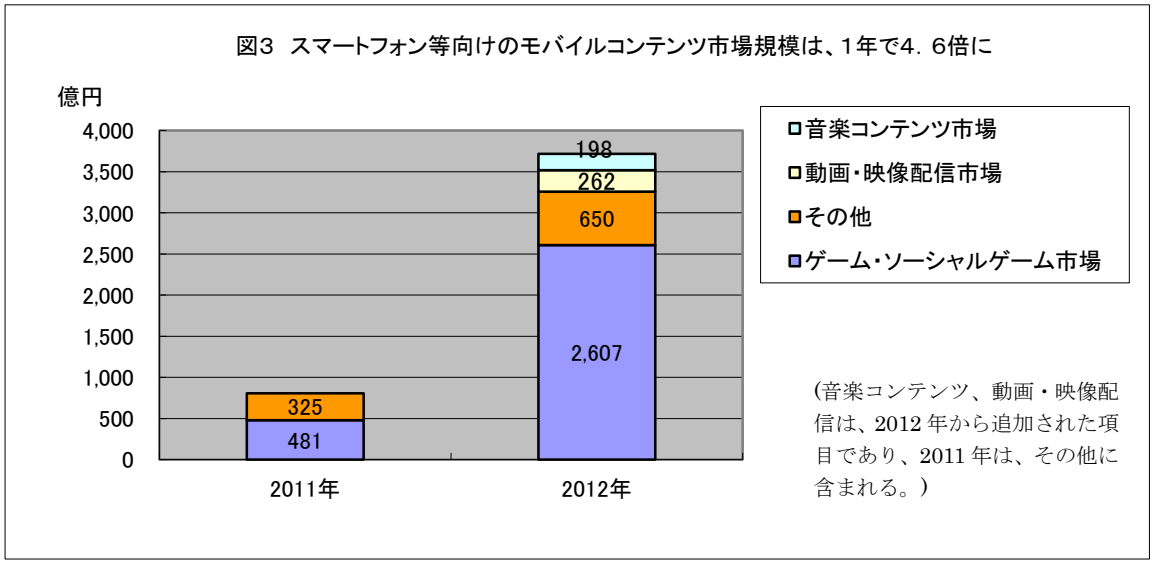


経済産業省「電子商取引に関する市場調査」

[5]インターネット等の情報通信技術を利用できる者と利用できない者との間に情報格差が生じていること。

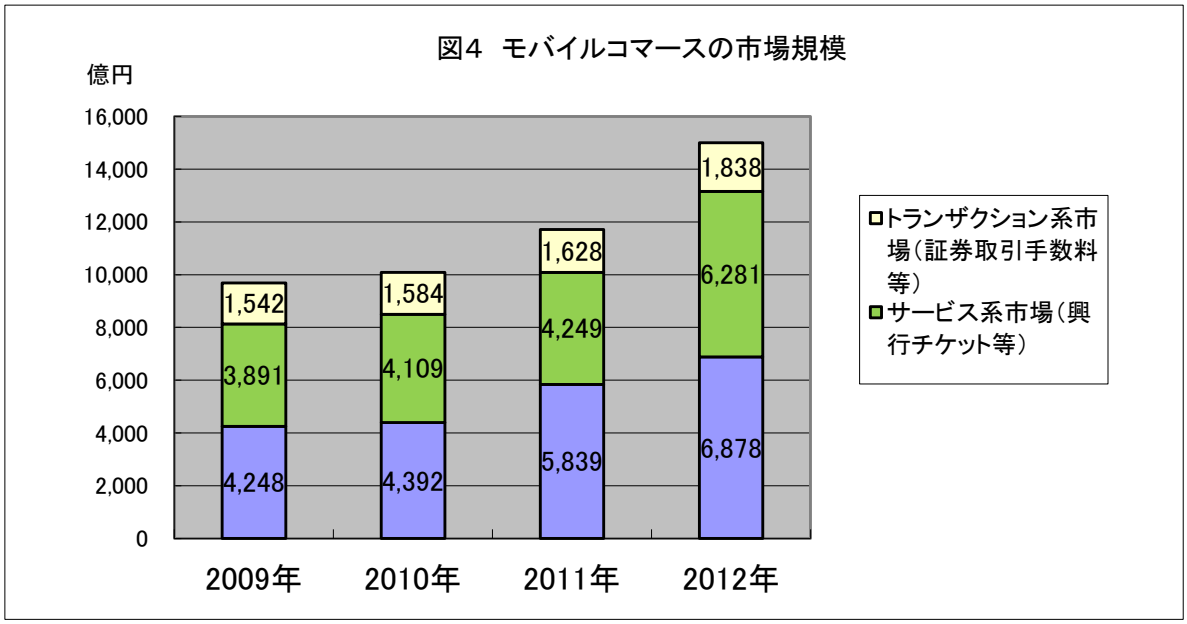
[6] Business to Consumer の略。企業と一般消費者の商取引関係。

総務省の調査によると、スマートフォン等市場の中でも、特にゲーム・ソーシャルゲーム等市場規模の拡大が進んでおり、２０１２年は前年比約５．４倍の２，６０７億円となっている。（図３）



総務省「モバイルコンテンツの産業構造実態に関する調査結果」（２０１２年）より消費者庁作成

また、モバイルコマース[7]市場規模は、２０１２年に１兆４，９９７億円となり、前年比約１．３倍となっている。（図４）



総務省「モバイルコンテンツの産業構造実態に関する調査結果」（２０１２年）より消費者庁作成

[7]携帯情報端末からインターネットに接続し、商取引を行うこと。

これらの調査から、スマートフォンやタブレット端末の急速な増加が市場の拡大につながり、多くの消費者が利便性の高いインターネット経由の取引を行うようになったことがみてとれる。インターネットの利用により、様々な商品・サービスの購入・取引、デジタルコンテンツの購入や金融取引等が可能となり、特に、２０００年代後半以降、通話、ニュース・天気予報、地図情報の提供、乗り換え案内、コミュニケーションなどの、スマートフォン等で利用するアプリケーションが急速に普及し、必要な情報がスマートフォン等に集約されるようになってきた。

以上のように、１９７０年代～１９８０年代では限られた専門家が特定の用途で利用していたＩＣＴが、１９９０年代になると、企業、学校、家庭を問わず、インターネット等を気軽に利用するためのツールとなっていった。

更に現在では、パソコン、スマートフォン、タブレット型端末、ゲーム専用端末、携帯音楽プレーヤー等の様々な情報通信機器からインターネットに接続可能となり、誰でもいつでもどこでもインターネットを利用できる状況となり、趣味向けの用途から、生活に欠かせないものに変化してきている。今後も、ＩＣＴはより一層進展する傾向にあり、更なる消費者トラブル増加の原因につながることが懸念される。

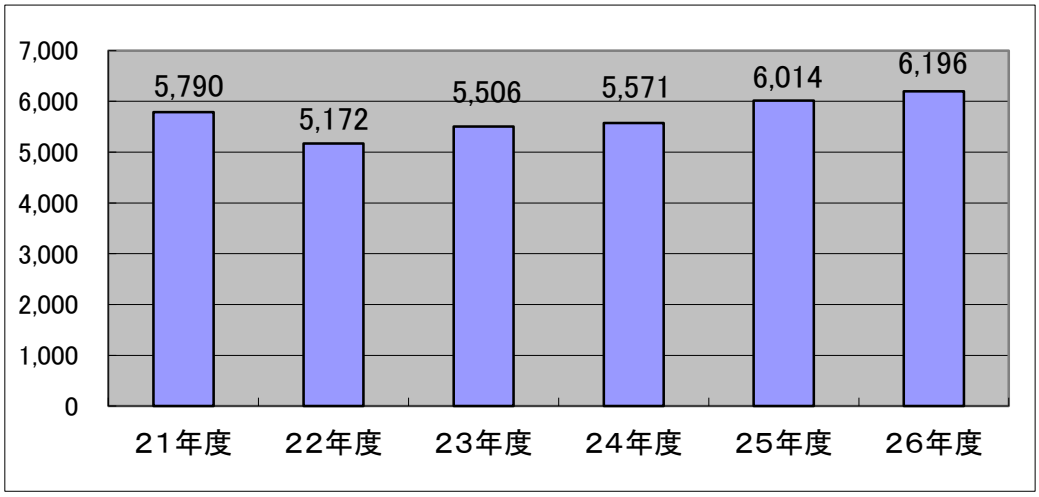
２　消費生活相談の現状

ＩＣＴの進展が消費生活に及ぼす影響は、消費生活相談においても顕著に表れている。その実態を以下に分析する。

平成２５年度に全国の消費生活センターに寄せられた消費生活相談は、約９３万５千件で９年ぶりの増加となった。増加した要因として、「健康食品の送りつけ商法」によるトラブルが上半期に急増したことや、「インターネット通販」のトラブルが増加したことが挙げられている。

世田谷区消費生活センターに寄せられる相談は、平成２３年度以降増加傾向にあり、平成２５年度の消費生活相談は６，０１４件と前年度より４４３件増加している。世田谷区でも健康食品の送りつけやインターネット通販に関する相談が多く寄せられており、全国と同様の傾向を示している。なお、平成２６年度は更に増えている。

図５　消費生活相談件数の推移



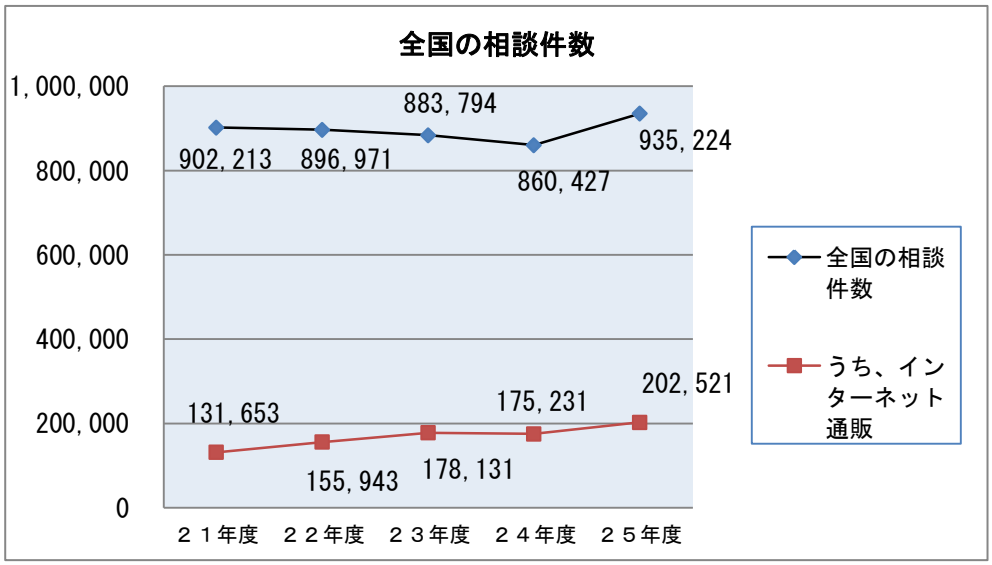
（１）相談の多い商品・サービス

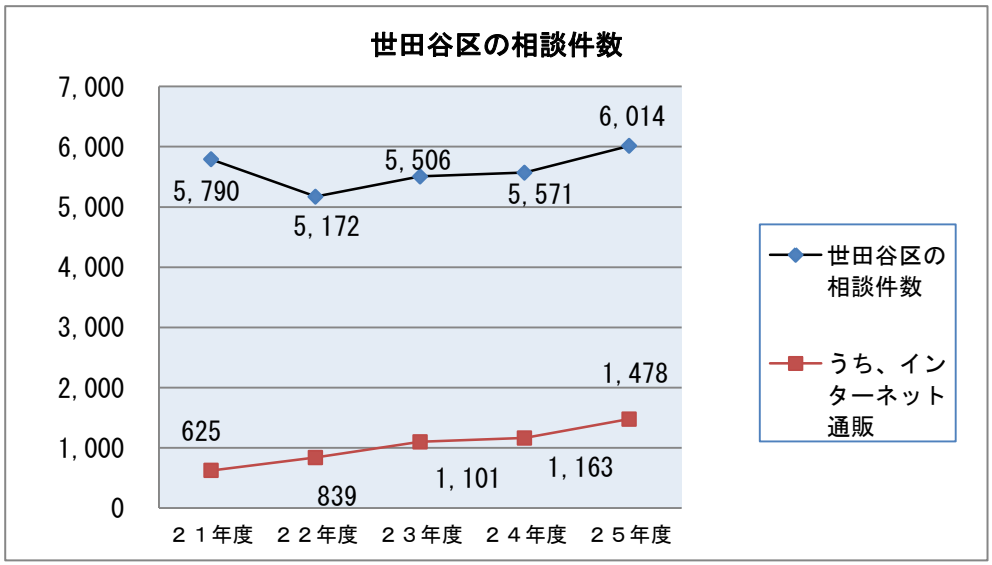
世田谷区の消費生活相談全体の内容をサービス・商品の分類別にみると、サービスでは、スマートフォンやパソコンへの不当・架空請求などの「運輸・通信サービス」の相談や、賃貸住宅の敷金や原状回復費等の「土地・建物・設備」の相談が上位を占めている。商品では、スマートフォンやパソコン機器、ソフトウェア、学習教材等の「教養・娯楽品」の相談がこの数年上位を占めていたが、平成２５年度は加えて、通信販売等で購入する洋服、バッグ、靴などの「被服品」の相談も多く寄せられている。

（２）インターネット関連の相談

全国の消費生活センターに寄せられた相談のうち、インターネットに関連する相談は年々増加しており、世田谷区でも同様に増加している。（図６）また、世田谷区のインターネット通販に関する相談の年代別件数をみると、３０歳代・４０歳代が約半数を占めているが、６０歳代以上も２００件を超えており、幅広い世代がトラブルにあっていることがわかる。なかでも、不当･架空請求や通信販売での商品未着等によるトラブルは増加している。(図７・８・９)

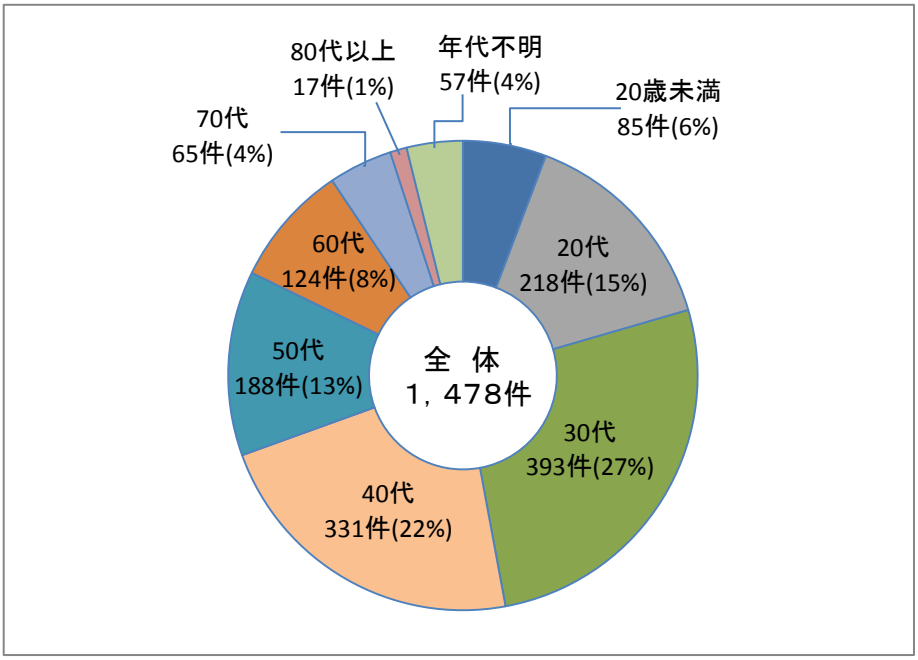
図６　ＰＩＯ－ＮＥＴ[8]に寄せられた相談件数の推移





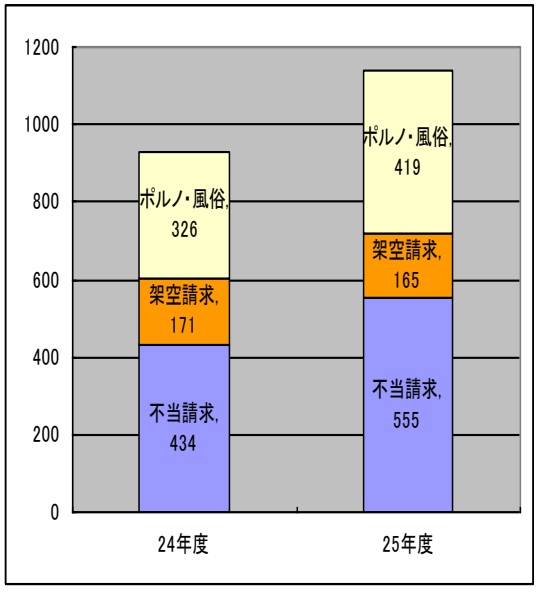
[8] 全国消費生活情報ネットワーク・システム(パイオネット)。(独）国民生活センターと都道府県、区市町村の消費生活センターをネットワークで結び、消費者から寄せられた相談情報を登録している。

図７　平成２５年度　世田谷区の「インターネット通販」に関する相談の年代別件数・割合



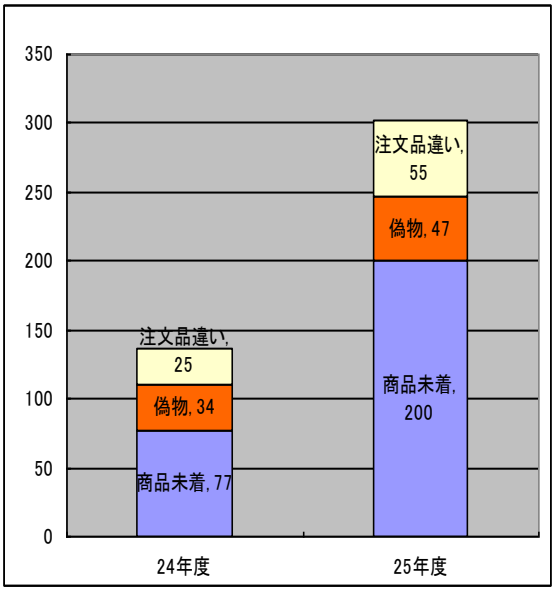
＊ＰＩＯ－ＮＥＴでは、インターネットによる通信販売のほかインターネットに関連したサービスなども含めて「インターネット通販」としている。

図８　「不当請求」「架空請求」「ポルノ・風俗」の相談件数



身に覚えのない有料情報料等を一方的に請求されたり、アクセスしただけで会員登録したとして料金を請求されるトラブル

図９　「商品未着」「偽物」「注文品違い」の相談件数



通信販売で申し込み、前払いしたが商品が届かない、注文品と異なるものや偽物が届いたというトラブル

３　消費生活におけるインターネット利用の特性と問題点

ＩＣＴの進展によりインターネットの利用が一般化するとともに、消費生活相談からみると､インターネット関連の消費者トラブルも多く発生するようになった。その代表的なものについて分析すると、次のような特性と問題点がある。

（1）インターネットによる通信販売のトラブルが急増

インターネットを利用した通信販売は、いつでも国内外を問わず欲しい物が簡単に見つけられ容易に取引できるという便利さがある反面、実際に商品を手にとって確認できず、また、販売会社との連絡手段が限られているためリスクも多くなっている。

このような状況の中で、店舗で現物を見てから、インターネットで価格を調べ安い物を買うという消費行動(ショールーミング)も一般化しつつある。

多発しているトラブルは、料金を前払いしたが商品が届かない、偽物が届いたなどである。また、相手業者が国内の販売会社だと思っていたら、海外の会社であった場合もありトラブルの解決をいっそう困難にしている。以前であれば、海外から購入することはほぼ不可能に近かったが、インターネットがあるために簡単に買えてしまうのである。しかし、被害救済が非常に困難であるなどの問題が多い。

（2）高齢者のインターネット利用も日常化

高齢者のインターネット利用も増えており、７０歳代で約半数が利用している。インターネット通販など生活に便利なサービスを利用したり、趣味や交流に役立てたりして、有効に使っている例も増えている。

しかし、他の年代と同様、スマートフォン、パソコンへの不当・架空請求等のトラブルも多くなっている。

また､「光回線の契約をすれば電話代・インターネット代が安くなる」という電話勧誘、訪問販売に伴うトラブルも多い。更に、スマートフォンやタブレット型端末に替えても使いこなせない、十分に説明がない、取扱説明書が電子データで使いにくいなどの苦情も発生している。

超高齢社会を迎えて、高齢者に便利なサービスの利用が増えるとともにトラブルも増加していくことが確実である。

（3）スマートフォンはネットトラブルの入口

スマートフォンの利用は、近年急増しており、多くのネットトラブルの入口

になっている。スマートフォンのトラブルは、スマートフォンの契約・料金、機器の使い方、スマートフォン利用のデジタルコンテンツについてなど多岐にわたっている。アダルトサイト等からの不当請求・架空請求は特に多く、あらゆる年代で発生している。

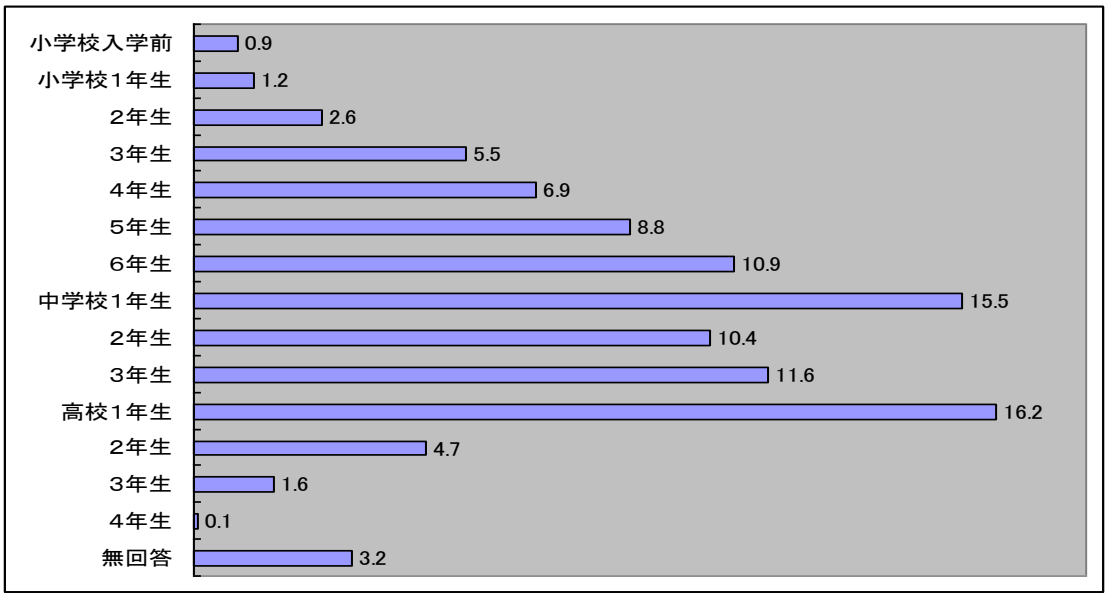
スマートフォンは、高性能な携帯電話というより、電話もできる小型のパソコンであり、多くの人にはそのような認識が欠けている。スマートフォンの利用にあたっては、盗難・紛失、ウイルス感染、情報漏えい対策などパソコン同様あるいはそれ以上にセキュリティ対策が必要になっている。

（4）低年齢化するインターネットトラブル

子どもがスマートフォンを使ってオンラインゲーム[9]で遊んでいたら、親に高額の請求がきたなどの事例が多く見られる。子どもが親のクレジットカードを無断で使ってゲームのアイテムを購入してしまうケースや、親がクレジットカードの情報（カード番号、パスワードなど）を入力すると一度限りではなくその後もパスワードなしで購入できたケースなどがある。

未就学児や小学校低学年の子どもは、ルールやモラルが身に付いていないにもかかわらず、スマートフォンを安易に操作してしまう。一方、親は、スマートフォンの機能や操作同様電子マネーなどを上手に使わせる方法がわからないまま子どもに使わせているのが現状である。このため、スマートフォンには、「幼児でも危ない世界に」行ける危うさがある。

図10　いつからスマートフォンを使って（持って）いますか（児童・生徒総数7,256人、単位%）



平成25年度　東京都教育庁「インターネット・携帯電話利用に関する実態調査報告書」

9 インターネット上で複数のユーザーが同時に参加し行われるコンピュータゲーム。

（５）ＳＮＳのトラブルが多様化

ＳＮＳ[10]の普及により、通常出会うことがない個人が簡単に出会うことができ、匿名でもコミュニケーションすることが可能となった。このような状況の中で、ＳＮＳがきっかけとなった消費者トラブルが増加している。

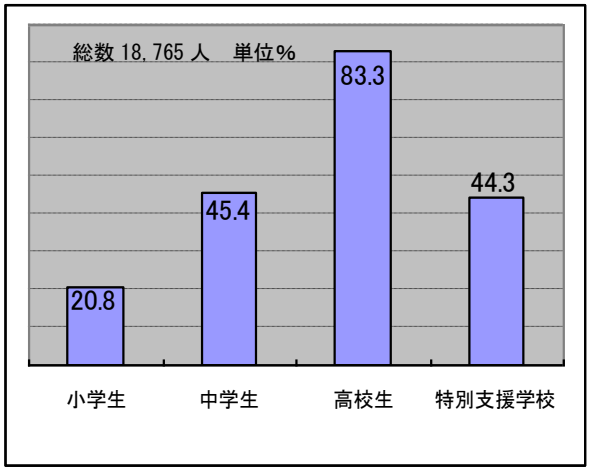
ＳＮＳで知り合った相手から出会い系サイトやマルチ商法に誘導されたり、投資用マンション購入などの勧誘など、多種多様なトラブルが発生している。

また、ＳＮＳの一種である無料通話アプリをインストールすると、個人情報を勝手に取得されてしまう問題も多く発生している。

（６）深刻なスマホ依存、ネット依存

中学生・高校生を中心にスマートフォン利用によるネット依存が深刻な状態である。たとえば、無料通話アプリで常時コミュニケーションをとる生活が毎日続き、スマートフォンがないと友達づきあいができなくなり、通学途中や、ベッド、トイレなどでもスマートフォンを手放さない状態など現実となっている。自分ではコントロール不能の状態になっており、明らかに日常生活に支障をきたしている。

図 11　スマートフォンを使っている児童・生徒



平成 25 年度　東京都教育庁「インターネット・携帯電話利用に関する実態調査報告書」

また、実社会では受け入れられなくてもネット上なら受け入れてもらえる錯覚、バーチャルの世界の方が大事になってしまうことなど、ますますネット依存を助長するとともに、インターネットのトラブルを引き起こしている。

（７）システムやビジネスモデルが先行する現実

インターネット社会では、システムの開発やビジネスモデルが先行してしまい法律が追いついていかないという現実がある。

たとえば、インターネット取引は、適正な広告表示、電子メール広告規制、意に反する契約の申込みの禁止等について規制を定めているが、従来の法律だけでは対応できないトラブルが発生している。

アフィリエイト[11]の仕組みを利用したビジネスでは悪質な手口も現れており、

---

[10] Social Networking Service の略。インターネット上で友人を紹介しあうなど個人間の交流を支援するサイト。

[11]開設しているサイト、ブログで他の業者の商品・サービスの広告報酬を得ること。

また、スマートフォン用アプリケーションやオンラインゲームでは、次々と新しいアプリケーションが開発され、新たな問題が生じても規制等が困難な状況である。

このような実態をみると、若い世代から高齢者までの様々な世代に対応した消費者教育や啓発、子どもの頃からの情報モラル教育やＩＣＴメディアリテラシー[12]向上の取り組みが強く望まれるところである。

また、今後更にスマートフォンの所持者は低年齢化し、年代を問わず多数の消費者が利用することが予想される。それにより、インターネット関連の消費者トラブルも増加していくと思われ、消費者に身近な行政による対応策が急がれる。

これらを踏まえて、本審議会では、今後の世田谷区の消費生活行政の具体的な施策について検討し、第３章に示した。

[12] インターネット等のメディアの特性を理解する能力、ＩＣＴ機器にアクセスし活用する能力。

第２章　インターネット社会への取り組みと課題

第１章で述べたように、インターネットは現代社会において不可欠なものになっている反面、様々な消費者トラブルを引き起こしている。

またスマートフォンの急速な普及により、次々に新たなアプリケーションが登場し、その利用による新たなトラブルが出現している。

このような現状の中、消費者のインターネットの利用における安全・安心の確保のために行政や関係機関等は現在どのような対策に取り組んでいるか、その主なものを以下に示し、今後の課題及び新たな取り組みの必要性等について考える。

１　国等の対策

（１）インターネット取引に対する対策

①　法規制及び法整備の動向

ア）電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律

・錯誤無効制度の特例～電子消費者契約に関しては、事業者が操作ミスを防止するための措置を講じていない場合等には、消費者が操作ミスにより行った意図しない契約を無効とする。

・電子契約の成立時期の明確化～インターネット等の電子的な方法を用いて承諾の通知を発する場合には、その契約成立時期を承諾の通知が到達した時点とする。

イ）特定商取引に関する法律による規制

通信販売(インターネット通販)における一定事項について明確に表示を行うよう広告規制を行っている。

・広告の表示義務～販売価格、支払い時期・方法、引渡し又は提供時期、事業者氏名(名称)、代表者名(責任者名)、住所、電話番号、返品制度の有無・条件・送料の負担等の表示義務等

・誇大広告の禁止

・未承諾者に対する電子メール広告の送信の禁止

・顧客の意に反して契約の申込みをさせようとする行為の禁止

ウ）不当景品類及び不当表示防止法による規制

インターネットによる広告・表示は他の広告・表示と同様に規制されている。商品・サービスの品質や価格等について、実際よりも著しく優良又は有利であると消費者に誤認される不当な表示は禁止されている。

エ）電気通信事業法の改正

総務省の「ＩＣＴサービス安心・安全研究会」では、電気通信事業法における消費者保護ルールの見直し・充実等について検討し、電気通信サービス契約での書面交付義務の制度化、不実告知の禁止、初期契約解除ルールの導入等について平成２６年１０月に報告書（案）に示した。

今後、意見公募を経て報告書をまとめ、その内容を踏まえた法改正を国会審議にかける予定である。

②　消費者庁越境消費者センター（ＣＣＪ）の設置

平成２３年１１月に開設し、海外事業者とのインターネット取引や現地での買い物をした際にトラブルにあった消費者からの相談を受けている。平成２５年度に受け付けた相談は４，５０８件で前年度の２，４９０件を大きく上回っている。相談から得られた情報等に基づき、相談事例の紹介や、悪質な海外ウェブサイトに関する情報を公表している。

（２）消費者に対する啓発及び消費者教育

①　消費者庁・独立行政法人国民生活センター

・消費者庁では、自治体や関係機関で作成された消費者教育に関する様々な教材や実践事例の情報収集、共有化を図り、「消費者教育ポータルサイト」としてウェブサイト上に公開し、学校や地域の活動などで活用できるようにしている。

・（独）国民生活センターでは、ホームページで「注目テーマ」として最近のインターネットトラブルの事例を掲載し、注意喚起している。

②　総務省

・インターネットを安心して利用するために、基礎知識や安全対策などを掲載した「国民のための情報セキュリティサイト」を公開している。一般利用者向けと子ども向けで構成されている。

・ＩＣＴメディアを主体的・能動的に扱う能力を育成するため、小学校高学年の児童を対象とした教材「伸ばそうＩＣＴメディアリテラシー つながる！わかる！これがネットだ」を公開している。同様に、中・高校生を対象とした教材も公開している。

③　文部科学省

・携帯電話やスマートフォンのインターネット利用の留意点や被害例、対応方法などを盛り込んだ小・中学生向けの「ちょっと待って！ケー

タイ＆スマホ」、高校生向けの「ちょっと待って！スマホ時代の君たちへ」のリーフレットを作成、配布し、ウェブサイト上にも公開している。

・総務省、通信関係団体等と連携しながら、子どもたちのインターネットの安心・安全な利用に向けて、保護者、教職員、児童、生徒を対象とした啓発講座を全国規模で行う「ｅ－ネットキャラバン」の活動を平成１８年度から実施し、平成２６年３月末までに延べ１１１万人以上が受講している。

④　東京都

・青少年、保護者、学校関係者を対象としたインターネット・携帯電話のトラブルの相談窓口「東京こどもネット・ケータイヘルプデスク」を設置している。

・東京都教育委員会は都内公立学校の小・中・高の児童生徒、保護者、教職員を対象にインターネット・携帯電話利用に関する実態調査を実施している。その結果を踏まえ「平成２４年度インターネット等の適正な利用に関する指導事例集・活用の手引き」及び「児童・生徒向けリーフレット」を作成し、都内全公立学校及び市区町村教育委員会に配布している。

世田谷区では、これら国や都のコンテンツを参考として、啓発冊子の作成などの教材開発に活用している。併せて、各種啓発講座で受講者に情報提供するなどコンテンツの有効活用を図り、消費者教育の推進に努めている。また、映像教材など区独自での作成が難しいものについては、区民や区立学校教員等へ事例紹介するなど、地域や学校で啓発する際の一助としている。

２　インターネット関係機関等の取り組み

インターネットトラブルが多様化・国際化し、消費生活相談の窓口だけで然るべき対応をすることが困難なものも多く見うけられるようになり、ますます関係機関との連携が必要となっている。世田谷区消費生活センターでも、専門性の高い相談については関係機関の相談窓口等を紹介している。

（１）　独立行政法人　情報処理推進機構（ＩＰＡ）

情報セキュリティ・情報処理システムの信頼性向上・ＩＴ人材育成を柱に誰もが安心してＩＴのメリットを実感できる頼れる社会の実現を目指している。また、消費者に対しては、ウイルス感染・不正アクセス、ファイル共有ソフト関連、その他情報セキュリティ全般についての相談を受け付けている。

①　「ワンクリック請求」対策

相談件数が増加している「ワンクリック請求」について、その現状や手口の説明と、被害にあわないための対策および請求画面が消えないなど、「ワンクリック請求」に関するウイルスの被害にあってしまった場合の復旧方法について詳細に解説している。

②　「Ｉ　Ｌｏｖｅ　スマホ生活」

スマートフォンを買ったら、アプリのインストールの前にスマホユーザーとして最低限知っておきたい６項目など、スマートフォンを利用する際の情報セキュリティの基本知識をマンガやイラストを通してわかりやすく解説している。

（２）　一般社団法人　ＥＣネットワーク

ネットショップ、関連事業者、消費者、有識者など、ネット取引に関わる方々と情報を共有し、政府の関係機関とも連携しながら、安心できる市場を作っていくネットワークを提供することを目指している。

①　無料相談

ネット通販やネットサービス、ネットオークションなど、インターネット取引に関する相談を受け付けている。

② 国際連携活動

越境取引に関するトラブルの相談をより有効に解決するため、海外の関係機関との連携に力を入れている。

（3） インターネットホットライン連絡協議会

インターネットトラブルの多様化・複雑化により、相談をする側も受ける側も、それを適切に解決するために、具体的にどこの、誰に、何を相談・連絡したらいいのか困難な場合が増えている。こうした状況に対応するため、インターネットに関するいろいろな問題の相談・通報窓口の実務担当者相互のネットワーク作りを目的としている。

① 相談窓口・通報窓口の紹介

インターネットトラブルにあった利用者が、どこに相談したらいいのか、何を伝えたらいいのか、また、ネット上の違法・有害情報を見聞きした場合に、どこの窓口に、どのようにして通報すべきなのかを、キーワード別トラブル対策やキーワード別相談事例によって相談窓口や通報窓口を紹介している。

② 研究会の開催

最新ホットライン事情の情報交換と担当者の実務レベルアップを目指し、総合的なセミナー形式及びテーマ別ディスカッション形式の研修を開催している。

以上、主にインターネット関連の消費者対応をしている機関・団体等を示したが、こうした各関係機関・団体等の取り組みは、今後も重要な役割を担っていくと考える。引き続き世田谷区においては、これらの機関と連携したトラブルの解決や区民への啓発に努めることが必要である。

３　世田谷区の対応と課題

（１）消費生活相談

インターネット関連の消費生活相談が急増し、内容も多様化・複雑化していることを踏まえると、消費生活相談機能の強化が急務である。このため、世田谷区では、消費生活相談員や行政職員が資質の向上を図るため、以下の研修等を受講している。今後も最新の情報を習得し、相談業務を強化していくことが重要である。また、世田谷区で受けた消費生活相談の事例等から法の規制が必要とされるようなものについては、消費者庁に対して進言していくことも必要である。

①　消費生活相談事例研究会

海外の相手との取引（越境取引）に関するトラブルが急増するなか、様々な状況に応じた効果的な相談対応を行うため、平成２５年度に消費者庁越境消費者センターから講師を招き、海外インターネット通販トラブルの現状と対応について研究会を開催している。

研修名	内容	講師	受講者数
消費生活相談員事例研究会	海外インターネット通販トラブルと対応について	消費者庁越境消費者センター	１６

②　消費生活相談員研修

平成２５年度に東京都及び国民生活センターが行った研修のうち、インターネット関連の研修には、延べ６２名の消費生活相談員及び行政職員が受講している。

研修名	内容	講師	受講者数
都区市町村消費生活相談担当職員研修（東京都）	ＳＮＳゲームの仕組みと現状ほか	一般社団法人ソーシャルゲーム協会	１３
都区市町村消費生活相談担当職員研修（東京都）	旅行に関するインターネット取引の現状について	一般社団法人日本旅行業協会	１２

都区市町村消費生活相談担当職員研修（東京都）	海外インターネット通販トラブルの現状と対応	消費者庁越境消費者センター	１３
消費生活相談員研修（国民生活センター）	データ通信の基礎知識	ジャーナリスト	１１
消費生活相談員研修（国民生活センター）	オンラインゲームに関する消費トラブル	国民生活センター非常勤職員（弁護士）	１１
消費生活相談員研修（国民生活センター）	インターネット・スマートフォンに関する消費者の安全・安心の確保について	消費者庁消費者政策課	２

（２）消費者カレッジ

世田谷区では、「自立した消費者」の育成を図るため、消費者が自ら主体的に学習する機会として総合的、体系的な学習の場を提供している。また、様々なテーマの講座を開催することにより、消費生活に関する多様な情報を提供している。具体的には、ステップアップ講座、消費生活講座、出前講座、区民講師[13]フォローアップ研修を実施している。

インターネット関連の講座については、今後更に専門家の派遣など、その手法を充実させることが必要である。

① ステップアップ講座

消費生活に関する様々な情報を地域の中で広く伝える人材を育成するステップアップ講座前期課程で、平成２３年度から「情報化社会と消費生活 ～ インターネットトラブルの最新事情～」の講義を行っている。

② 消費生活講座

消費生活に関する身近な話題をテーマに、生活に役立つ情報を提供する消費生活講座を実施している。平成２７年１月に「ネットトラブルから身をまもる危機管理術」を開催した。

③ 出前講座

学校やＰＴＡ、地域の学習会、通所介護施設等に消費生活に関する知

[13] 出前講座など地域で消費生活に関する情報提供を行っている、区要綱に基づく登録制の区民ボランティア。平成２７年６月１日現在６５名。

識・情報を広く伝えるため、区民講師等を派遣している。

平成２５年度は１０３件の出前講座を実施しているが、区内の中学生や大学生、ＰＴＡ（保護者）、教員、民間企業の新入社員を対象にした１６件の出前講座で、若者に多い消費者被害やインターネットトラブルに関する情報提供を行っている。

④ 区民講師フォローアップ研修

出前講座の質の更なる向上に資するため、出前講座の講師として活動している区民講師を対象にフォローアップ研修を実施している。

平成２５年度に「子ども世代におけるスマートフォンやソーシャルメディアなどの利用実態と対応について」というテーマでフォローアップ研修を行い、研修後のインターネット関連の出前講座ではスマートフォンやＳＮＳ利用上の注意点が取り入れられ、講座の質の向上が図られている。

（３）消費者啓発

消費者問題に関する意識の向上と消費者被害の未然防止を図るため、消費者を取り巻く諸問題や商品･サービスの安全性など、日常生活に関する情報をわかりやすく提供している。また、高齢者の消費者被害を未然に防止することを目的として、「消費者あんしんサポーター[14]」が地域の高齢者の集う場に出向き、悪質商法の手口や対処法を伝える「消費者あんしん講座」を実施している。

インターネットに関しては、以下のとおり情報提供や啓発等を行っているが、インターネット関連の進展は著しい。今後は、新たなトラブルや消費者被害に即応した内容の情報提供や啓発が求められる。特に小・中学生には身近で新しい情報を提供し、啓発していくことが重要である。

① 「消費生活センターだより」の発行

○ 通常号　～　年３回発行（６・９・１２月）
町会・自治会を通じ回覧を行うほか、区内施設、小・中・高校・大学等、金融機関、農協、生協、スーパーマーケット、病院、公衆浴場等へ配布
Ａ４判６Ｐ、各３４，０００部作成

[14] 高齢者の消費者被害の未然防止を目的とした啓発活動を行っている、区要綱に基づく登録制の区民ボランティア。平成２７年６月１日現在１９名。

○ 特集号　～　年１回発行（３月）
通常号の配布先の外に消費生活講座や出前講座でも配布
Ａ４判８Ｐ、４０，０００部作成

No.	発行年月	インターネット、スマートフォン関連の掲載記事
198	25 年 6 月	インターネット（ネット）ショッピングの賢い使い方
201	26 年 3 月	気をつけよう！こんなトラブル （出会い系サイト、不当架空請求、インターネット通販のトラブル）
202	26 年 6 月	スマートフォン利用のトラブル急増中
203	26 年 9 月	インターネット通販で買った商品が届かない！！ 子どもが、安心してインターネットを利用するためにできること

② 小・中学生向け小冊子の発行

小・中学校における消費者教育の副教材として、区立小学校の６年生及び区立中学校の２年生向けに教育委員会の協力を得て小冊子を作成し、配布している。

	小学生向け	中学生向け
タイトル	「めざせ！おこづかいの達人 ～お金をじょうずに使おう～」	「ＳＴＥＰ　ＵＰ！ かしこい消費者へ！」
発行年月	平成２６年３月	平成２６年３月
発行部数	７，０００部	４，５００部
仕様	Ｂ５　８頁 カラー印刷 観音折り	Ｂ５　８頁 カラー印刷 冊子型
内容	・おこづかいの達人度チェック ・おこづかい帳をつけてみよう！ ・こんなことに気をつけよう！携帯電話・インターネット ・消費生活センターの案内など	・買物の仕方をチェック！ ・契約クイズ ・悪質商法およびその対処方法の紹介 ・携帯電話、インターネットのトラブル ・消費生活センターの案内など

③　若者向け啓発のチラシ

増加している若者の消費者被害の未然防止とともに、被害にあった場合の相談窓口を周知するため、区内大学、短期大学、専門学校等の新入生向け資料として作成し、希望校に配布している。

タイトル	明日はあなたが被害者・・・！
発行年月	平成２６年３月
作成部数	１３，０００部
配布校数	２６校
仕　　様	Ａ４　両面刷り
内　　容	・マルチ商法（連鎖販売取引)、キャッチセールスの注意 ・クーリング・オフ制度について ・インターネットのトラブル ・消費生活センターの案内

④　区のおしらせ「せたがや」・区ホームページ運営

区のおしらせ「せたがや」平成２６年１２月１５日号にインターネット通販のトラブルのよくあるケースと被害にあわないための対策ポイントを掲載するとともに、区ホームページ内に消費生活センターからの様々な情報発信を行っている。

（４）教育委員会

教育における情報化を推進するため、「ＩＣＴを活用した教育活動の充実と学力の向上」、「ＩＣＴを活用した信頼される学校づくりと教育の質の向上」、「地域とともに進める教育の情報化」、「セキュリティの確立」を目標とした「世田谷区教育の情報化推進計画（平成２６年度～平成３５年度）」、「世田谷区教育の情報化推進計画第１期行動計画（平成２６年度～平成２９年度）」を策定している。

具体的な施策としては、区立中学校全２９校の１年生を対象に「ネットリテラシー醸成講座」を実施し、トラブルの未然防止に向けた生徒指導の充実を図っている。

教員向けには教育情報化推進研修として、「教育の情報化の現状と課題」、「ＳＮＳサイトや学校非公式サイト等への対応」などの講義や、「世田谷区立学校ＩＣＴ活用推進シンポジウム」を実施するなど、教育情報化についての識見を高め、資質・能力の向上を図っている。

世田谷区の消費生活行政の現状をみると、消費生活相談業務の強化や様々な世代を対象とした消費者教育、啓発に積極的に取り組まれているところであるが、更に、今後も著しく進展するインターネット情勢に対応したより効果的な施策が求められる。

第３章 消費生活行政における新たな取り組みの提言

第２章で、国・関係機関・世田谷区等において、インターネット社会に対応した様々な取り組みを示した。例えば、急増するインターネットに関する消費者トラブルへの対策であり、あるいは、ＩＣＴを安心して活用できるように、知識を深めるような啓発活動等の取り組みである。

しかしながら、消費者トラブルの鎮静化にはいたっておらず、また、個人情報の漏洩につながるような利用等、消費者のＩＣＴメディアリテラシーの問題もあり、ＩＣＴの危険な利用も多く見受けられる。また、大手キャリア以外の様々な事業者（ＭＶＮＯ[15]）が格安ＳＩＭ[16]を販売する等、サービスの選択肢が広がる反面、新たな手口による消費者トラブルが起こる懸念や、最新の技術を活用した新しいサービスが現れることによる、更なる混乱が予想される。

本章では、区の消費生活行政として、インターネット社会において、より安定した消費生活実現のための課題を抽出し、取り組み方針を示したうえで、今後の具体的な施策について提言する。

なお、課題、取り組み、具体的な施策についての視点は、前章までで整理した以下の３つとする。

１　消費者トラブルがあらゆる年代に広がっている現状を踏まえ、区民がライフステージごとにインターネットに関する知識を深めるための取り組みとして、区民全体を視野に、インターネット関連知識の水準の向上を図る。

２　消費者トラブルが低年齢化している現状を踏まえ、小・中学生の早い段階からの情報モラルやＩＣＴメディアリテラシーの向上を図るための取り組みとして、子どもに焦点をあてた教育や啓発を行う。

３　専門性の高い技術によるビジネスモデルが次々と現れ、新しい手口の消費者被害が増大し、一方で、法律の整備が追いついていない状況を踏まえ、専門性の高い技術に起因した問題への対応を行う。

---

[15] Mobile Virtual Network Operator の略。仮想移動体通信事業者。携帯電話などの通信インフラを他の事業者から借りてサービスを提供している事業者のこと。

[16] Subscriber　Identity Module の略。携帯電話の電話番号を特定する固有の ID 番号を記録した IC カード。

１　全ての区民のインターネット関連知識等の水準の向上

ＩＣＴ化やグローバル化が一層進むとともに、消費者と事業者の取引形態は更に複雑になっている。このような状況を受けて、消費者トラブルが多発し、その内容も多様化・国際化・複雑化している。インターネット関連の知識を正しく身に付け、これを適切な行動に結び付ける実践的な能力を育んでいくことが、あらゆる世代に求められている。各世代において、適切な消費者啓発を推進していかなければならない。そのために、区民全体の関連知識の向上を図るような仕組みを考える必要がある。

（１）課題と取り組み方針

①　ライフステージごとの啓発の必要性

ＩＣＴを正しく安全に効果的に活用することは、消費生活の利便性を高め、消費者トラブルの減少につながると考え、インターネット関連の様々な情報を、各世代にどういう形で提供したら良いのかを明らかにしなければならない。このため、区民各年代別に即した啓発活動が重要となる。

講座の実施、インターネットツールの活用、紙媒体の利用等の様々な方法を検討しながら、消費者教育推進法の基本理念にある、幼児期、小学生期、中学生期、高校生期、青年期、壮年期、高齢者といった、ライフステージごとに、体系的な消費者啓発・教育を実施していく必要がある。

特に、小学生期、中学生期、高校生期の啓発・教育においては、学校との連携による情報提供を強化するべきである。

インターネットを積極的に活用している若年層に対しては、安全・安心にインターネットを活用できるような、情報モラルやＩＣＴメディアリテラシーに関する啓発等が必要である。

また、２０歳代から５０歳代のインターネット取引を活発に行っている世代は、平日の日中に開催する講座への参加が困難なケースが多い世代である。インターネットツールを活用した啓発の充実等が求められる。

高齢者においては、現在では積極的にインターネットを活用するようになり、インターネット情報で商品を比較し、業者を選定することも珍しくない。しかし、一方で高齢者の消費者トラブルが増加している状況がある。トラブルの未然防止のために、新しい事例を、できる限り早いタイミングで知ってもらうような情報提供が大切である。地域で活動している高齢者団体や地域包括支援センター等との連携を強化しながら、インターネット、パソコン、スマートフォンの利用等による消費者被害の事例と防ぎ方を類型的にまとめて、講座の

実施につなげる必要がある。

②　区民講師の新たな育成・方法

区民講師は、啓発事業、特に出前講座の実施において、現行でも中心的な役割を果たしている。しかし、インターネット関連の講座は、専門性が高く、かつ新しい事例が次々出てくるという特徴があり、区民講師の知識レベルを維持していくことが困難な場合がある。インターネット関連の出前講座や地域の啓発等について、区民講師をどのように活用していくべきか、また、ＩＣＴの専門家をいかに活用していくべきか等を検討する必要がある。

基本的なスキルの啓発・教育と、より専門性が高いスキルの啓発・教育について、役割分担を明確にしておく必要がある。区民講師は、現在、食・環境・消費者問題の３つのグループで活動しているが、インターネット関連の啓発を効果的に実施するためには、ＩＣＴ関連の基本的なスキルの啓発・教育について新たな出前講座のプログラムを検討し、独自のグループを養成していくことを検討するべきである。また、ＩＣＴの専門家との協働による啓発・教育活動も必要である。

③　スマートフォン等の基本的なスキルの習得

スマートフォンの機能等がきちんと理解されることなく、急激に普及したことは、消費者トラブルを生み出す大きな原因となっている。

光回線やインターネット接続回線等の契約や、スマートフォン等の電気通信サービスにおいて、複雑な契約内容を理解しないまま契約したが、料金、ネット環境、機能、操作性等が思っていたものと違い、解約違約金等でトラブルになることも多い。また、プロバイダー[17]の乗り換えにおいて、電話勧誘の後、遠隔操作によって消費者の知らないうちに作業が行われ、トラブルとなるような新しい事例もみられている。これらは、急速にＩＣＴの普及が進んでしまったため、ＩＣＴメディアリテラシーや基礎的知識のないまま、様々なＩＣＴ機器を利用している消費者が多い結果として、契約トラブル、機器の不具合対応、不当・架空請求、二次被害など、様々な問題が蔓延していると言える。

電気通信サービスにおいては、初期契約解除ルール導入のような、更なる消費者保護ルールの導入が待たれるところである。区においてもスマートフォン等に関する知識、Ｗｉ－Ｆｉ等の無線通信サービスやプロバイダー契約等に関する基礎知識、ＩＣＴメディアリテラシー、ウイルス対策、フィルタリング[18]

---

[17] Provider　インターネットへの接続業者。インターネットサービスプロバイダー。
[18] Filtering　インターネット上のウェブページなどを一定の基準で判別し選択的に排除する機能。

機能や家庭でのルールづくり等について、専門家や関係団体等と協働で出前講座や消費生活講座等による啓発活動を積極的に実施すべきである。

④　消費者問題に関心のない区民への情報提供方法

消費者トラブルに巻き込まれる区民は、消費者問題に関心のない消費者であることが多い。もし消費者問題に関心をもち、インターネットに関する消費者トラブルの事例や対応方法を理解していれば、トラブルを未然に防ぐことができたケースも多い。このような関心のない区民に対して、どのような方法で情報を提供し注意喚起するかが非常に重要である。

消費者問題に関心のない区民への情報提供を可能にするために、電子メールの活用や、スマートフォン向けアプリケーションの開発を検討する等、インターネットツールの活用等による、新たな情報提供の仕組みを充実させるべきである。

⑤　情報弱者への対応

インターネット取引等が飛躍的に進歩していく一方で、インターネットの利便性を享受できない情報弱者の存在を無視することはできない。インターネット通販等については、利用しないという考えを尊重すべきであると考えることもできる。しかし、行政からの情報提供や注意喚起等については、インターネットの利便性を享受できなくても情報が得られるような対応を考慮する必要がある。

主に紙媒体の啓発や地域のつながりによって、極力、情報弱者が不利益を被ることがないようにするべきである。また、消費生活講座等のテーマの一つとして、より平易な内容を盛り込む等、講座プログラムの改良検討に取り組むことも必要である。また、様々な機会を捉えた多様な啓発活動も必要である。

（2）新たな具体施策の提言

●防犯メールを活用した情報提供

区の危機管理所管と連携し、「災害・防犯情報メール」を活用して、インターネットに関する最新の消費者情報を、メール登録者に対して情報提供する。これにより、より多くの区民に対して情報提供することが可能となる。

●消費生活講座による新たな取り組みの活用

消費生活講座として、「インターネットを上手に利用した買い物」等、親しみやすく関心の深いテーマで、上手なインターネット通信販売の活用方法や注意喚起などを平易な内容で取り上げる。あわせてインターネット上のＩＤやパスワードの重要性等を啓発する。

●高齢者の講師が高齢者の受講者に講座を実施

高齢者を対象とした啓発として、インターネットに一定の知識をもった高齢者を講師として育成し、講座を実施する。高齢者講師が自身の体験を生かしながら丁寧に受講者に教え、受講者同士が仲間づくりにつながり、インターネット関連に興味を深めてもらうような講座を実施する。

●区内で実施されているパソコン教室を活用した情報提供

シルバー人材センターが実施している区民対象のパソコン教室や総合福祉センターが実施している障害者パソコン教室等の場において、インターネットの上手な活用方法や被害事例等について情報提供する等、区の他の部署と連携をとりながら幅広く区民への啓発を図る。

●地域で活動する高齢者団体等との連携

高齢者クラブや地域の活動団体などを通じて、多くの高齢者が元気に活動している。これらの団体等と連携して、スマートフォン等のトラブルの気づきのポイントなどについて啓発を行う。

●世田谷くらしフェスタを活用した啓発活動の実施

消費者団体連絡会主催で行われている「世田谷くらしフェスタ」の場において、出前講座やスマートフォンに関する説明会等を実施し、ＩＣＴに関する基本的なスキルの習得や消費者トラブル事例の紹介等による取り扱いの注意喚起等の消費者啓発活動を展開する。

２　子どもに焦点をあてた教育や啓発

総務省がまとめた調査によると、高校１年生の９割近くがスマートフォンを所有し、このうち半数が休日に３時間以上使用していることが報告されている。インターネット関連のサービスは、オンラインゲームやＳＮＳのように、若年層を中心としたものが数多く存在する。スマートフォンや携帯型ゲーム機等でもインターネットの閲覧が可能となったため、保護者の目の届かないところで、子どもが有害サイトを閲覧してしまい、ネットトラブルに巻き込まれる恐れもある。また、インターネットへの依存が高じて生活や対人関係に支障や危険が伴う、更には心身を病むスマートフォン依存症等が社会問題化している。

このように、インターネット関連の消費者問題の多くは、小・中学生が直接の当事者となる時代であり、また、大人になってからも、様々な形で関わってくる問題であるため、子どものうちから、ＩＣＴに関する正確な知識を身につけておくことがきわめて重要である。

また、インターネット社会へ急速に進展したため、ＩＣＴに関しては保護者が子どもに家庭教育できない特徴がある。従って、保護者や教員等に対する啓発・教育が急務である。

（１）課題と取り組み方針

①　学校教育への情報提供

小・中学校の早い段階から、ＩＣＴの知識を身につけることができるような啓発・教育が必要であり、現在行われている学校教育での取り組みに加え、消費生活行政から、どのような情報を提供していくべきか検討する必要がある。

例えば、教科書では追いつけないような、より新しい内容や新たな消費者被害の実態等を情報提供する方法等を検討し、実施する。

国では、情報モラル教育の手引きと動画画像を作成して教育委員会に配布する等の情報提供を行う動きもある。区では、教育委員会と連携しながら、国からの情報提供と重ならない形で、より新しい情報を提供していくように取り組んでいく必要がある。

消費生活相談から得られる最新の被害情報等を、積極的に学校教育の現場に情報提供していく必要がある。教育委員会との連携を密にし、インターネットトラブル防止を目的とした小冊子の作成・配布と出前講座の実施等、小中学校の授業に役立つ手法を検討していくべきである。

②　保護者や教員に対する啓発

インターネット関係の説明や講義を受ける環境・場所がなかなか存在しないという声をよく聞く。小・中学生がＩＣＴに関する正確な知識を身につけるためには、教員や保護者が十分な知識を持っていることが重要である。にもかかわらず、インターネット関係の問題について、保護者が子どもの教育をできない現状があり、教員の知識も、個々人により格差があり、全体として十分であるとは言えない。

保護者に幅広く啓発していくとともに、教員の指導力向上に役立つような啓発を行っていく必要がある。具体的には、夏休みを中心に実施している教員対象の夏季教科研修において、インターネット関連の講座を充実させる等、教員の指導力向上を目的とした啓発に取り組んでいくべきである。

また、ＩＣＴ機器を子どもに与える際は、保護者がきちんと理解し、使用ルールを子どもと話し合ったり、フィルタリング設定を行ったり、ウイルス対策を実施する等、子どもを見守りながら、親子がともに使っていくことが重要である。そのためには、保護者の啓発・教育として、専門的な情報をわかりやすく、かつ最新の情報を提供しなければならない。インターネット関連の専門家を積極的に活用した、保護者を対象にした啓発の実施等の方策を検討すべきである。

③　ＳＮＳに関する問題

ＳＮＳは、主にコミュニケーションツールとして、若者を中心に広く浸透している。一方で、ＳＮＳを悪用して交友関係を持ちかけ、アフィリエイトでのもうけ話を勧誘手段にして、強引に商品やサービスを契約させる等、若年層を標的にした悪質商法が横行している。また、無料通話アプリ等では、「スマホ依存」「ネット炎上[19]」「既読無視[20]」「個人情報漏洩」といった様々な問題が顕在化している。

ＳＮＳを行う前提となるスマートフォンは、小・中学生にも急速に普及しており、スマートフォン所持の低年齢化は避けられない。更に、小・中学生におけるＳＮＳの利用も広がっている。

このような現状を踏まえて、無料通話アプリ等を利用した書き込みは、世界中に公開する事になり、不適切な情報であっても取り消すことはできないことや、悪意はなくても無自覚にトラブルに巻き込まれてしまう場合が多い

---

19 不祥事などをきっかけに非難、批判、誹謗、中傷などのコメントが殺到し爆発的に注目を集める状況。

20 無料通話アプリにおいて、メッセージを確認したがそれに対する返信はしないという反応。

こと等、ＳＮＳには様々な落とし穴があることを理解する必要がある。そのために、ＳＮＳの細かな設定を行い、情報モラルを守って利用することや、自分の生活をどのようにコントロールするか等、学校教育への情報提供を中心に、ＳＮＳに関する啓発・教育を行っていくべきである。

④　オンラインゲームに関する問題

オンラインゲームでは、大人が知らない間に子どもがクレジットカード等を利用して、高額な課金決済をしてしまうといったトラブル等が急増している。未成年者が年齢を偽って高額購入してしまった場合には、詐術と判断され返金対応しない現状もある。オンラインゲームは無料ではじめることができるが、「お金」を使っているという感覚がないままポイントやアイテム等を購入し、トラブルになるケースも多い。また、ＩＤやパスワードの不正利用により、不正アクセスされてしまう等の個人情報に関するトラブルも増加している。

オンラインゲームでは、高額課金や個人情報漏洩のトラブル、ゲームへの依存性や不正アクセスのリスク等について、保護者と子どもがきちんと理解する必要がある。そのために、ゲームの課金の仕組み、「お金」の大切さや使い方、ＩＤ・パスワード管理の必要性、保護者と子どもが利用のルールを決めておくことの重要性や、クレジット情報の管理徹底等の啓発・教育を実施するべきである。

（２）新たな具体施策の提言

●小・中学生向け小冊子の作成

小・中学生への情報提供の手段として、ＳＮＳ利用に関する啓発やオンラインゲームに関するインターネットトラブル防止等の内容を小冊子にまとめ、各小中学校に配布する。この小冊子を副教材にした授業に活用できるように、出前講座と連携しながら情報提供を行う。

●保護者向け出前講座の実施

教育委員会と連携し、小・中学校等を会場として、ＩＣＴの専門家、区民講師、消費生活課職員が連携して、保護者向けの出前講座を行う。これにより、保護者自身の知識習得に加え、親子でインターネットに関心を持ち、各家庭でインターネットや携帯電話等の利用ルールを定め、被害にあわない対策を講じられるような効果的な啓発・教育を実施する。

●教員を対象とした夏季教科研修等の実施

夏休みを中心に実施している夏季教科研修で、教員の指導力向上を目的としたインターネット関連の啓発講座を集中的に実施する。講師はＩＣＴの専門家を想定し、効果的な内容やわかりやすい表現等を検討するために、教育委員会や消費生活課が連携して、講座プログラムを作り上げる。

●家庭教育学級・ＰＴＡ研修会との連携

教育委員会と連携し、幼・小・中学校で実施されている家庭教育学級やＰＴＡ研修会の場を借りて、ＩＣＴの専門家によるスマートフォン等の利用マナーと安全対策の話や困りごと相談を実施する。

●青少年委員・青少年地区委員会との連携

各小・中学校の青少年委員や各地区の青少年地区委員会は、子どもの健全育成に重要な役割を果たしている。このような各委員会等との連携により、より幅広く様々な機会を捉えて、スマートフォンを取り巻く環境や、ネットトラブルに関する啓発講座を実施する。

●夏休み親子講座の実施

夏休みに小学生とその保護者を対象にして、スマートフォンに触れ、便利さや危険な部分を実感しつつ、また、スマートフォン依存症等の予防のためにも、家庭内のルールを考えていくことができるような啓発講座を実施する。

●消費生活をテーマにした標語等の募集

小学生・中学生等を対象に、インターネット社会における上手な活用や注意喚起等をテーマにした標語等を募集して、発表の場を設ける。

３　新しい手口や専門性の高い技術に起因した問題への対応

ＩＣＴは急速に進展し、特にスマートフォンは、低年齢層にまで急速に浸透している。また、システムが新たに開発され、ビジネスモデルが先行し法律の整備や規制等が追いついていない現状がある。次々と新しいビジネスモデルが現れることにより、新しい手口によるＩＣＴ消費者トラブルが発生し、消費者が専門性の高い新しい技術を使いこなすことができないといった問題がある。

（１）課題と取り組み方針

①　消費生活相談の機能強化

インターネットに関する消費者トラブルは、専門性の高い技術とその急速な開発により、次々に新しい問題や消費者被害が発生している。このような新しい事例や手口に対応した消費生活相談による被害救済、迅速な啓発活動、更に消費者庁への報告による被害の未然防止につなげていくことが重要であり、このためには、消費生活相談の機能強化が必須である。

消費生活相談員や行政職員は、現状でも、国民生活センターや東京都消費生活総合センター等の研修に積極的に参加しているところである。しかし、相談機能をより一層強化するためには、ＩＣＴ専門家を招いた独自の講習会や事例研究会等を積極的に実施し、常に最新情報の習得に努めていくべきである。

②　消費生活相談方法の拡大

区の消費生活相談は電話と来所による方法で実施している。しかしながら、インターネット関連の相談に対して、より効率よく対応する体制としては、電話と来所だけでなく、インターネットツールの活用を、消費生活相談の中に取り入れることが可能かどうか検討する必要がある。

電子メール等によるインターネットからの相談受付により、受付は２４時間３６５日可能となると考えることができる。しかしながら、電子メールでは細かいニュアンスが伝わらず、相談に必要な正確な情報を入手することができない。また、消費生活相談員の助言が正確に伝わらない等、電子メールだけでは相談が完結しないことが懸念される。

消費生活相談で助言やあっせんをするために不可欠な事業者側の規約等が紙媒体で存在しないケースも増え、どの段階でインターネットツールを活用すべきなのか、個人情報の保護や区民サービスの向上等を考慮しながら、慎重に検討していくべきである。

③　緊急を要する情報の提供方法

インターネット関連の消費者被害は短時間に拡大するため、一刻も早く区民に注意喚起すべきである。このようにＩＣＴ関係トラブルの危険性が出てきた場合に備えて、区民に速やかにアラームを出せる方法を検討する必要がある。

また、消費生活相談を通して情報を得るだけでは、被害防止に間に合わないケースもある。新しい事例の情報をいち早く得る手段を確立する必要がある。

従って、インターネット被害の手口や被害への対応方法は、できるだけ早く、かつ、広く区民全体に浸透させることが必要である。既存の枠組みにとらわれないインパクトの強い対応が必要である。

専門性が高く詳細な情報を掲載している独立行政法人情報処理推進機構やＥＣネットワーク等のホームページと区のホームページのわかりやすいリンクを貼る等の方法により、活用していくべきである。

また、広く区民に周知するために、区報等の活用や、インターネット被害防止キャンペーンの実施等を検討すべきである。

④　インターネット通販への対応

ネットショッピング、ネットオークション、フリマアプリ[21]といった、様々なインターネット通販において、商品が届かない、不良品が送付される、あるいは解約や返品ができないといったトラブルが急増している。消費者が事業者と交渉しようとしても、相手を特定することができず、また、消費生活相談員があっせんによる解決を試みても、特に海外事業者の場合には、法律や言語の問題もあり、被害救済は非常に困難である。

その一方で、インターネット通販は、ＳＮＳにリンクされた広告からのクレジット決済やネット申込の旅行等も含め、若年層を中心に広く定着しており、規制を強化するだけではなく、安全な利用方法を啓発することも大切である。

インターネット通販における消費者被害に対しては、未然防止対策に重点をおき、様々な方法によって啓発・教育を行うべきである。また、消費者庁越境消費者センター等の海外事業者との交渉能力のある機関と、より一層の連携を図り、被害救済にむけての対策を強化していくべきである。

更に、消費者が安易にネットオークション等に参加してトラブルを起こしたり、インターネット通販に悪質な事業者が参入している状況を踏まえ、トラブル事例や警戒するサイトの特徴を注意喚起する等により、インターネット通販の安全な利用方法を教育・啓発していくべきである。

---

[21] スマートフォンで商品を撮影してインターネット上に簡単に出品でき、売買が行える仕組み。オークションと異なり固定価格で取引する。

⑤　法律の整備等に先行するシステム開発やビジネスモデル

インターネット社会においては、システム開発やビジネスモデルが先行し、法律等の整備等の対応が追いついていない現状がある。例えば、スマートフォン向けのアプリケーションは次々と開発されているが、一部のアプリケーションでは、個人情報を奪取する等の悪質な仕組みがあるにもかかわらず、法規制や技術対策が十分とは言えない。しかし一方で、スマートフォン向けのアプリケーションは生活に欠かせないものとなっており、被害にあわないという視点だけでなく、安全に活用していく方策も、あわせて検討していくべきである。

新しい技術を活用したビジネスモデルをいち早く把握し、最新の情報を収集するために、ＩＣＴの専門家を活用した仕組みが必要である。

（2）新たな具体施策の提言

●消費生活相談員・職員対象の研修拡大

消費生活相談員や区職員に対して、従来からの研修等への参加に加え、ＩＣＴ専門家を講師に招いた独自の講習会や事例研究会等を実施する。

●ＩＣＴアドバイザー制度の創設

現在、弁護士については解決困難事例において、アドバイザー弁護士へ相談しながら、相談案件の解決にあたっている。インターネット関連の相談においても、ＩＣＴ専門家との契約等により、電話や電子メール等によりアドバイスを受ける体制を確保する。

●ＩＣＴツールを活用した消費生活相談

電子メール、Ｗｅｂフォーム、スマホアプリといったインターネット関連のツールにより、消費生活相談の受付等を行うことが可能か、あるいは寄せられた相談の契約内容確認等にインターネットツールを活用できないか等について検討する。

●最先端技術の活用に関する情報提供

独立行政法人情報処理推進機構やＥＣネットワーク等のインターネット関係機関・団体では、最先端技術活用の情報がいち早く提供される。これらの情報を確実に確認しながら、区のＨＰとリンクを貼る等の手法により、区民への情報提供を充実させる。

おわりに

情報通信技術の急速な進展により、消費者の生活環境も大きく変化し、現代は、いわゆる「インターネット社会」といわれている。こうした中で、区民が次々と開発される各種ＩＣＴ機器を有効に活用して、安全で安定した消費生活を確保することは、必ずしも容易なことではない。消費生活相談においても、インターネットをめぐる独特な内容の消費者問題や新たな消費者被害の相談が寄せられており、今後ますます多様化・複雑化・深刻化すると思われる。

本審議会では、インターネット社会における消費生活行政について、消費者被害の現状を整理し、行政や関係機関等が行っているインターネット利用における安全・安心確保のための取り組み状況を踏まえたうえで、新たな具体的施策を提言として取りまとめた。

平成２６年２月からの５回にわたる審議では、あらゆる世代への啓発・教育が必要であることや、専門性の高い技術が問題の根幹に横たわっていること等を十分に認識しながら議論を重ねた。そして、消費生活行政における新たな取り組みとして、「全ての区民のインターネット関連知識等の水準の向上」、「子どもに焦点をあてた教育や啓発」、「新しい手口や専門性の高い技術に起因した問題への対応」の３つの視点から課題を抽出し、取り組み方針を示したうえで、具体的な施策を提言した。

また、答申（素案）に対して、区のホームページや区のおしらせ「せたがや」等を活用した区民意見の募集を行い、審議会の意見に加えて、区民意見を反映した答申とした。

この答申が世田谷区の消費生活行政の施策に反映され、インターネット社会における消費生活に役立つことを期待する。

本答申における用語の意味

(アルファベット順)

ＢtoＣ
Business to Consumer の略。企業と一般消費者の商取引関係。

ＩＣＴ
Information and Communication Technology の略。情報通信技術。

ＩＣＴメディアリテラシー
インターネット等のメディアの特性を理解する能力、ＩＣＴ機器にアクセスし活用する能力。

ＭＶＮＯ
Mobile Virtual Network Operator の略。仮想移動体通信事業者。携帯電話などの通信インフラを他の事業者から借りてサービスを提供している事業者のこと。

ＰＩＯ－ＮＥＴ
全国消費生活情報ネットワーク・システム(パイオネット)。(独) 国民生活センターと都道府県、区市町村の消費生活センターをネットワークで結び、消費者から寄せられた相談情報を登録している。

ＳＩＭ
Subscriber Identity Module の略。携帯電話の電話番号を特定する固有の ID 番号を記録した IC カード。

ＳＮＳ
Social Networking Service の略。インターネット上で友人を紹介しあうなど個人間の交流を支援するサイト。

ＴＣＰ／ＩＰ
Transmission Control Protocol/Internet Protocol の略。インターネットなどで標準的に使われる通信プロトコル（通信手順)。

Ｗｉ－Ｆｉ
無線ＬＡＮの標準規格。

(あいうえお順)

アフィリエイト
開設しているサイト、ブログで他の業者の商品・サービスの広告報酬を得ること。

アプリケーション
特定の業務など作業の目的に応じて使うソフトウェア。

オンラインゲーム
インターネット上で複数のユーザーが同時に参加し行われるコンピュータゲーム。

既読無視
　無料通話アプリにおいて、メッセージを確認したがそれに対する返信はしないという反応。
区民講師
　出前講座など地域で消費生活に関する情報提供を行っている、区要綱に基づく登録制の区民ボランティア。平成２７年６月１日現在６５名。
消費者あんしんサポーター
　高齢者の消費者被害の未然防止を目的とした啓発活動を行っている、区要綱に基づく登録制の区民ボランティア。平成２７年６月１日現在１９名。
デジタルデバイド
　インターネット等の情報通信技術を利用できる者と利用できない者との間に情報格差が生じていること。
ネット炎上
　不祥事などをきっかけに非難、批判、誹謗、中傷などのコメントが殺到し爆発的に注目を集める状況。
フィルタリング
　インターネット上のウェブページなどを一定の基準で判別し選択的に排除する機能。
フリマアプリ
　スマートフォンで商品を撮影してインターネット上に簡単に出品でき、売買が行える仕組み。オークションと異なり固定価格で取引する。
プロバイダー
　インターネット接続業者のこと。
モバイルコマース
　携帯情報端末からインターネットに接続し、商取引を行うこと。

インターネットトラブルの事例

答申の本文中のインターネットトラブルの具体的な事例については、以下のとおりである。

不当・架空請求（Ｐ．１０）

自宅のパソコンに心当たりのない事業者から、「有料メールマガジンの利用料が未納のままとなっている。このまま放置すると法的手続きに入る。こちらに連絡するように。これが最後通告である。」とのメールがあった。全く身に覚えがなく困惑している。

スマートフォンで無料だと思ってアダルトサイトにアクセスしたところ、画面に「会員登録されました。３日以内に９万９千円を支払うように」との表示が出た。あわてて相手に電話したところ、「登録されている。払ってもらわないと困る」と強い口調で言われた。

商品未着（Ｐ．１０）

ブランドのブーツが格安で販売されているサイトを見つけたので申し込み、指定された個人名義の銀行口座に代金２万円を支払った。「振り込んだらすぐに商品を送る。」とサイトに記載されていたが、２週間経っても送られてこない。メールを送っても返信がない。サイトを確認したところ、電話番号の表示はなく、住所は実在していないところだった。

注文品違い（Ｐ．１０）

「公式店舗サイト」と表示があったので、ブランドの財布を申し込み、クレジット決済した。まもなく海外から郵便で商品が届いた。国内の店舗のはずなのにおかしいと思いつつ開封してみると、サイズや色が明らかに異なるものだった。サイトを確認したところ、住所や電話番号の表示がなかった。メールで何度も問い合わせをしたが、返信がない。

光回線契約のトラブル（Ｐ．１１）

家に訪問してきた事業者から「光回線の契約をすれば電話代も安くなるし、インターネットが安く利用できる。」と勧められた。電話代が安くなるならと思い承諾したが、今使っている電話機では利用できないことがわかった。また、インターネットも使わないため解約したい。

子どものオンラインゲームのトラブル（Ｐ．１２）

小学生の子どもに無料の範囲でやるように言って、母親名義のスマートフォンでオンラインゲームをさせていたところ、後日、カード会社から高額の請求が来た。明細を確認すると有料の複数のゲームを利用していたことがわかった。

ＳＮＳ（Ｐ．１３）

ＳＮＳで知り合った人と会うことになり、そこで投資ソフトの購入を持ちかけられた。お金がないと断ったが、高額収入を得た人の話をされ、断りきれずに消費者金融から多額の借金をして購入してしまった。

ＳＮＳにリンクされていた広告を見て、サプリメントの試供品の申し込みをして、代金をクレジットカード決済した。ところが、定期購入の契約になっているらしく、カード会社から試供品以外の決済が上がってきた。

アフィリエイト（Ｐ．１３）

インターネットで内職を探していたところ、ウェブ上で様々な文書をつくるバイトを見つけ登録した。その後、本格的なアフリエイトとしての登録をしないか、あなたなら高額の報酬が得られるなどと勧められた。ところが、詳しい説明を聞くと登録するためには登録料が２５万円かかるとのことだった。そのような大金はないと断ると、「すぐに回収できる、キャッシングで準備するように。」と強く言われた。